

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan GoJek	1
1.1.2 Profil Gopay	3
1.1.3 Tiga pilar Gojek.....	4
1.1.3.1 Kecepatan	4
1.1.3.2 Inovasi	4
1.1.3.3 Dampak sosial	4
1.1.4 Produk	4
1.1.4.1 Transport & Logistik.....	4
1.1.4.2 Pembayaran	5
1.1.4.3 Pesan makan dan belanja.....	5
1.1.4.4 Hiburan	6
1.1.4.5 Bisnis	6
1.1.5 Logo Perusahaan	6
1.2 Latar Belakang Penelitian	7

1.3 Rumusan Permasalahan.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 <i>Social Media</i>	15
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.1.4 <i>Brand Image</i>	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis Penelitian	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	39
3.2.2 Skala Pengukuran	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Jenis Data yang Diperlukan.....	44
3.4.2 Sumber Data	44

3.4.2.1 Data Primer.....	44
3.4.2.2 Data Sekunder	44
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.3.1 Kuesioner.....	44
3.4.3.2 Studi Pustaka	45
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	45
3.5.2 Analisis Verifikatif	47
3.5.2.1 Metode Analisis Data (PLS-SEM)	47
3.5.2.2 Pengukuran Model (<i>Outler Model</i>)	48
3.5.2.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
3.5.2.4 Uji Hipotesis.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Pengumpulan Data	52
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	54
4.4 Hasil <i>Path Analysis</i> Menggunakan <i>Smart PLS-SEM</i>	67
4.4.1 Hasil <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	67
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	67
4.4.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	69
4.4.1.3 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i> (Uji Reabilitas)	70
4.4.2 Hasil <i>Inner Model</i> (Pengukuran Struktural).....	71

4.4.2.1 <i>Path Coefficient</i>	71
4.4.2.2 <i>R-square (R2)</i>	72
4.4.2.3 <i>Predictive Relevance</i>	73
4.4.2.4 Uji Hipotesis	74
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.5.1 Hasil Analisis Uji Hipotesis	75
4.5.1.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i> layanan GoPay.....	75
4.5.1.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan layanan GoPay	75
4.5.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan layanan GoPay	76
4.5.1.4 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> melalui <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan layanan GoPay	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.1.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	78
5.1.2 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	78
5.2 Saran	78
5.2.1 Bagi Perusahaan	78
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86